

REGIERUNGSRAT

6. April 2022

22.25

Interpellation Désirée Stutz, SVP, Möhlin, vom 18. Januar 2022 betreffend unheimliche Freude des Kantons Aargau, RAV-Betroffene zu schikanieren (oder verunglückter HR-Auftritt des Kantons Aargau); Beantwortung

I.

Text und Begründung der Interpellation wurden den Mitgliedern des Grossen Rats unmittelbar nach der Einreichung zugestellt.

II.

Der Regierungsrat antwortet wie folgt:

Vorbemerkungen

Der Arbeitgeber Kanton Aargau hat im Jahr 2015 konsequent von Print-Stelleninseraten auf Online-Stellenausschreibungen umgestellt. Seither wird jährlich rund 1 Million Franken weniger für Stellenpublikationen ausgegeben. Mit der damaligen Umstellung wurde das Projekt "Arbeitgeberauftritt und Stellenmarketing" mit den drei Teilprojekten "Mediacockpit und Stellenportal ag.ch", (Teilprojekt 1); "Inserate Erscheinungsbild" (Teilprojekt 2) und "Arbeitgebervideos und Jobportraits" (Teilprojekt 3) gestartet.

Die Interpellation bezieht sich auf das Teilprojekt 3, die Arbeitgebervideos und Jobportraits.

Der Arbeitgeber Kanton Aargau erhält jährlich über 21'000 Bewerbungen.

Zur Frage 1

"Wessen Idee ist diese Kampagne und wer hat die Idee für diese Kampagne abgesegnet (Funktion und Abteilung)?"

Die Idee und die Konzeption stammt aus dem Jahr 2014/15, aus der damaligen Abteilung Personal und Organisation (heute Human Resources Aargau) im Departement Finanzen und Ressourcen und war verwaltungsmässig breit abgestützt. Die Zielsetzung bestand darin auf prägnante und unterhaltsame Weise die Aufgabenvielfalt der kantonalen Verwaltung mit Videos und Jobportraits aufzuzeigen und in der Welt der Onlinemedien Aufmerksamkeit zu generieren.

Die Personalverantwortlichenkonferenz (PVK), die Kommunikationskonferenz (KoKo) sowie abschliessend die Generalsekretärenkonferenz (GSK) haben den Projektergebnissen (Stelleninserat-Gestaltung, Arbeitgeber- und Jobportrait-Videos, Einsatz Social Media Plattformen) sowie deren Lancierung am 19. April 2016 zugestimmt. Die Personalkommission (PEKO) hatte sich ebenfalls positiv zum Projekt geäussert.

Das Konzept war bewusst auf das Strukturelement humorvolles, ironisch gefärbtes *Vorurteil/Klischee und sofortige Auflösung Klischee* ausgerichtet. Ziel war eine authentische und kreative Darstellung der Aufgaben mit einer Prise Humor sowie einem positiven Abbild der Vielfalt nach Alter, Geschlecht und Dialekt.

Zur Frage 2

"Wer hat die Videos produziert und was hat die Kampagne, insbesondere die erwähnten Videos, gekostet?"

Die Realisierung der Videos wurde der Firma cc media ag in Zürich – einem Anbieter für die Produktion, den Verleih und den Vertrieb von Filmen – übertragen.

Für die Produktion wurden Fr. 30'000.– aufgewendet.

Zur Frage 3

"Seit wann sind die Videos auf der genannten Internetseite aufgeschaltet?"

Die Videos sind seit dem 19. April 2016 auf der Karriereseite von ag.ch aufgeschaltet.

Seit diesem Tag wirbt der Arbeitgeber Kanton Aargau mit der Botschaft der Gesamtverwaltung 'Menschen machen Zukunft', sowohl auf ag.ch, als auch auf den Stellenplattformen (zum Beispiel Jobs.ch, publijobs) sowie auf den Social-Media-Plattformen wie Facebook, LinkedIn, Xing und YouTube.

Zur Frage 4

"Ist dem Kanton bekannt, wie viele Personen ihre Bewerbung wegen besagter Videos/Slogans zurückgezogen haben? Wenn ja, wie viele? Gab es Rückmeldungen der Mitarbeitenden?"

Dem Arbeitgeber Kanton Aargau sind bis dato keine spezifischen Reaktionen oder gar negative Rückmeldungen bekannt. Personalverantwortliche der Departemente, der Staatskanzlei und der Gerichte Kanton Aargau berichten dazu auf Anfrage, dass sie in den operativen Bewerbungsprozessen ab und an explizit und positiv auf die "frische" und humorvolle und dadurch auffällige Art der Darstellung angesprochen werden.

Zur Frage 5

"Ist sich der Regierungsrat bewusst, dass die Slogans bei Stellensuchenden sowie bei Mitarbeitenden auf Unverständnis und Ablehnung stossen können?"

Der Regierungsrat ist sich bewusst, dass jegliche Form von Personalmarketing respektive auch diese Slogans bei der Vielzahl von Bewerbenden unterschiedliche Reaktionen auslösen oder auf Unverständnis stossen können. Ziel und Zweck eines guten Personalmarketings ist es, sich in der Fülle von Auftritten abzuheben und in Erinnerung zu bleiben. Die Videos stellen die Arbeit der Verwaltung mit einem Augenzwinkern dar.

Zur Frage 6

"Ist der Regierungsrat der Meinung, dass die Videos im Einklang mit der HR-Strategie und Vision 2020–2026 stehen?"

Der Regierungsrat ist sich bewusst, dass die Videos in der schnelllebigen Zeit des Marketings generell und des Personalmarketings im Speziellen mit einer Laufzeit von knapp sechs Jahren nicht mehr ganz zeitgemäss sind und nur noch bedingt zur neuen HR-Strategie 2020–2026 passen.

Aus diesem Grund hat er bereits im Rahmen der Erarbeitung der HR-Strategie 2020–2026 und auch mit Blick auf die zunehmend schwierigere Rekrutierung von Fachkräften das Vorhaben Employer Branding in Auftrag gegeben. Ziel dieses Vorhabens ist die Realisierung eines neuen, zeitgemässen Arbeitgeberauftritts, welcher sich den aktuellen Herausforderungen am Arbeitsmarkt stellt und die Werte des Arbeitgebers transportiert. Dieser wird in Abhängigkeit von den personellen Ressourcen in den nächsten Monaten gestartet.

Zur Frage 7

"Wie lange will der Regierungsrat noch mit diesen Videos neue Mitarbeitende "anwerben"?"

Die Videos werden im Rahmen des neuen Arbeitgeberauftritts ersetzt.

Die Kosten für die Beantwortung dieses Vorstosses betragen Fr. 780.–.

Regierungsrat Aargau